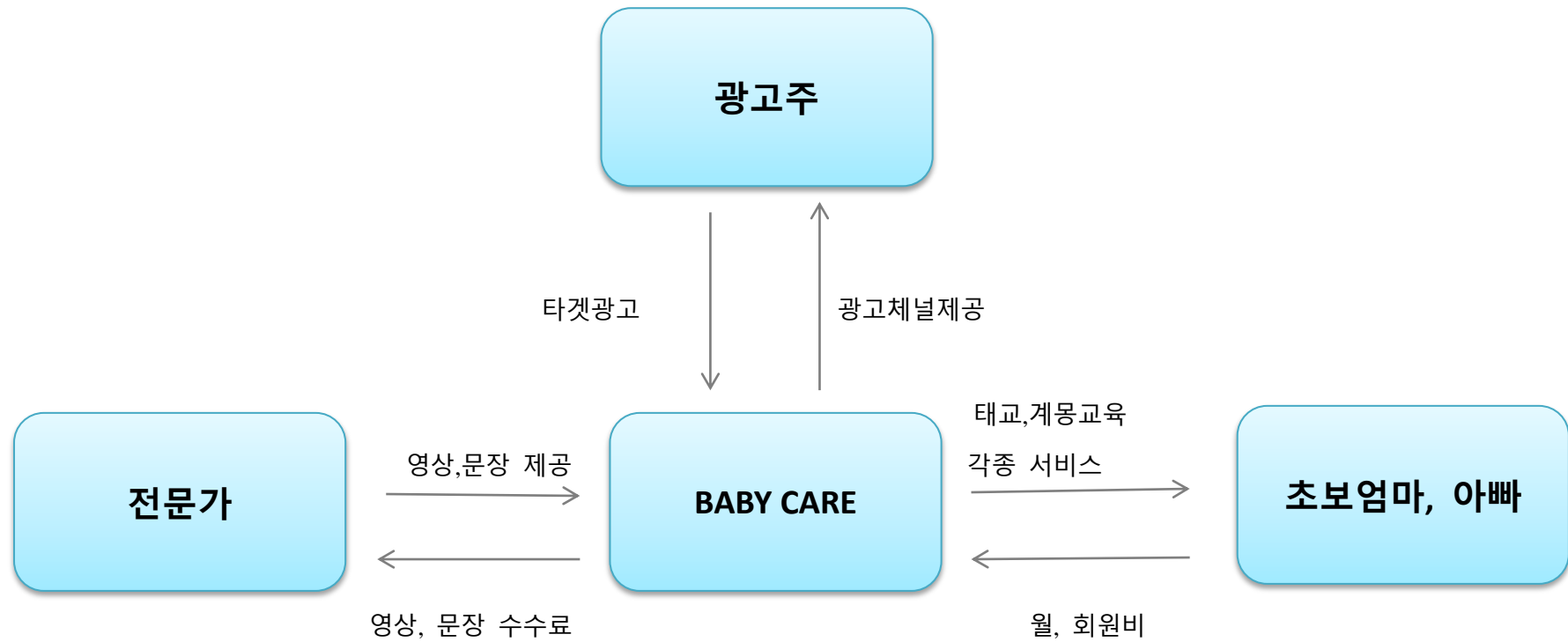


*벤처창업 Start Up

Baby Care

Team_H2O 비즈니스 워크샵
Purpose: 물처럼 필요한 존재

*비즈니스 모델



Work Shop1_시장세분화_브레인 스토밍

직장인

주부

학생

지식을 알려주는 플랫폼

노인

自学人

창업인

빨간색으로 된것이 매력적인 시장기회

산모

Work Shop 2_거점시장 파악

매력시장	지불능력	판매조직에 접근 능력	구매할수밖에 없는 이유	난공불락한 경쟁자	가치관, 목표에 부합되는가
학생	지불능력이 약함 주로 부모님께 의존	인터넷 쉽게 접근	자유로운 "학원"	많다	부합된다
직장인	고정적이 수입이 있음	인터넷 쉽게 접근	필요한 지식 보충, 자기개발	많다.	부합된다
노인	지불능력이 약함. 돈이 아깝다는 편향이 있음	인터넷 접근 어렵다	노후걱정, 질병걱정	적다.	부합된다
산모	지불능력이 있음. 자식에 대한 돈을 앞지 않는다.	인터넷 쉽게 접근	자식을 잘되 기바람	많은데 공략하기 쉽다. 대표적인 경쟁자가 없다.	부합된다

Work Shop2_거점시장 규모 산정

TAM

(Total Addressable Market)

중국 여성 67048 万명.

SAM

(Serviceable Obtainable Market)

중국 평균 일년에 약 7884000 명 산모 .

SOM

(Serviceable Obtainable Market)

그중 초보엄마는 약 5518800 임니다.

Work Shop3_페르소나



이름: 왕홍

성별: 여

나이: 28 세

직업: 소규모 회사 직원

거주상태: 결혼해서 부모와 같이 살지 않는다.

결혼상황: 결혼

목표: 첫아이를 임신하고 있는데 과학적인 임신,태교, 계몽교육,육아 방법으로 아이를 건강하게 교육하고 케어하겠습니다.

수요: 전문적이고 간단하며 알아듣기 쉽게 초보엄마, 아빠들에게 과학적인 임신, 육아 방법을 알려주는 매체가 필요합니다. 또 여러 초보 엄마들지간의 자식자랑, 수다 떨고 교류, 노하우 나누는 데가 있으면 좋겠다.

결림돌: 초보라서 임신,육아 지식이 결핍하고 또 부모들의 낮은 육아지식이 싫고 과학적인 지식이 필요한데 인터넷 가면 지식이 분산되고 집중적이지 못하여서 직장인에게 시간이 부족합니다. 또 직장인이어서 따로 시간내서 같은 초보엄마끼리 수다떨수 없고 교류할수 없습니다

Work Shop 4_Use Case

초보엄마, 아빠 들의 고민과약



초보엄마,아빠들은
임신때부터 각종
임신,태교,육아식을
검색한다.



그러나 정보가
집중적이지 못하고
체계가 없고 전문성이
떨어진다.



결국 시간을 많이
잡아먹고 얻은 정보가
신뢰성이 떨어진다.



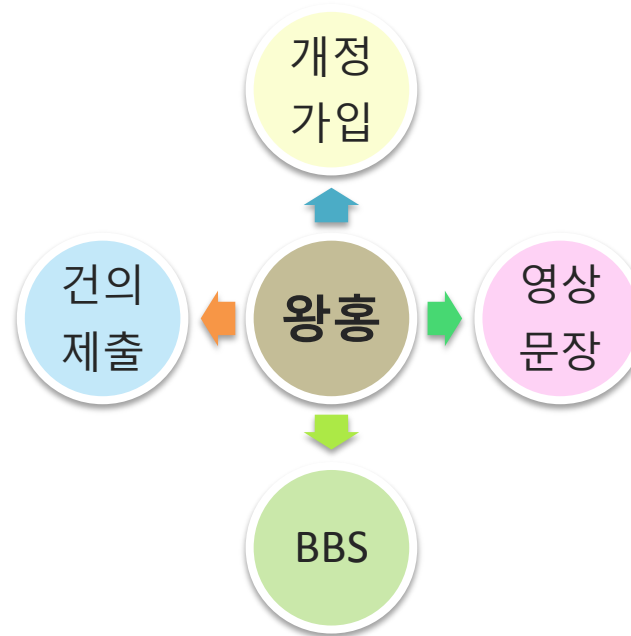
왕홍 사용시나리오

사용자개정

1. 이름
2. 생년월일
3. 직업
4. 임신준비,임신중,0-1,1-2,2-3,3-5
5. 연락방식
6. 관심내용선택

영상문장검색

1. 과학적인 임신
2. 태교
3. 계몽교육



건의제출

1. 더 알고 싶은 지식 제출
2. 제공하는 서비스에 대한 의견 제출
(체택시 육아용품 증정)

BBS

1. 엄마,아빠들의 경험교류
2. 아이성장기록부
3. 전문가 실시간 의혹 대답
4. 육아용품 이벤트

Work Shop 5_ 제품/서비스 브로슈어 작성

HOW IT WORKS



개정가입

개정을 만들어서 개인
자료완성



영상문장찾기

자기가 원하는 영상문
장을 찾아서 보기.



BBS

엄마,아빠들의 경험교류
아이성장기록부
전문가 실시간 의혹 대답

WHY BUY?

- 초보 엄마,아빠들 위한 임신,육아
백과사전
과학적인 임신,육아 방법으로
초보엄마,아빠의 고민을 해결
- 지식의 형태가 다양함
영상, 문장, 전문가와 실시간
교류
- BBS
아이성장기록부 장성하면서
아이와 같이 성장하는 느낌, 같은
초보엄마,아빠들의 수다공감타임.
- 즐거운 이벤트
영상,문장리뷰, 건의 제출, BBS
활약도가 높은 사람에게 육아용품
이벤트를 줌

B'aböy
C'arë

Work Shop 6_AD 작성



BABY CARE

神级专家们专题讲座
妊娠到育儿的多种专业化知识
社区论坛，畅所欲言
辣妈晒娃，萌宝萌翻天
还有意想不到的精美礼品天天派送

Work Shop 7_ 사업성공을 위한 핵심역량 정의

➤ 문장뿐 만아니라 영상까지 추가

일반 산모를 위한 사이트는 대부분 문장으로 되었는데 우리는 영상까지 추가하여 생동감 있고 배우기가 쉽습니다. 그중에서 아이 태교음악, 계몽교육에 중점을 두어 영상을 제공합니다.

➤ 내용이 더 욱더 체계적,풍부하다.

일반 산모 사이트는 모두 분류가 체계적이지 못하고 전면적이지 못하다. 우리는 더욱더 체계적이고 세밀하게 분류해서 빠른 시간내에 자기가 얻고 싶은 지식을 효율있게 얻을수 있다. 이는 시간이 모자라는 직장인에게 더욱더 유리하다.

➤ 고객의 세분화

일반 사이트는 모든 산모를 시장타겟으로 하지만 우리는 초보엄마, 아빠를 타겟으로 하여 그들의 고민을 초점으로 둔다.

➤ BBS 친근성

BBS 는 초보엄마,아빠의 인터넷에서의 모임이다. 그들은 서로 육아 경험교류하고 수다떨고 인터넷 모임입니다. 동시에 육아일기를 통해 아이와 같이 성장하는 모습을 담겨줍니다.

➤ 즐거운 이벤트

문장,영상 리뷰, BBS 에서 활약도 높은 회원을 통하여 이달의 엄마,아빠를 선정. 그리고 의견을 제출하는데 채택시 해당 육아용품을 드린다.

Work Shop 8_경쟁사 분석

경쟁사:



많다

과학적인 태교,임신,계몽교육

적다.



분석결과: 경쟁자들은 보편적으로 문장형식으로 되었고 과학적인 임신방법이 있지만 태교, 개몽교육에 관한 글이나 영상이 없거나 적습니다. 그리고 고객대상도 초보엄마,아빠들이 아니라 모든 0~6 아이를 둔 엄마,아빠로 상대로 하였습니다. 그래서 초보엄마,아빠를 위한 과학적인 임신, 태교, 계몽교육에서 우리는 일정한 우세를 가지고 있다.

고객조사 및 분석

1 차고객: 0~6 세 아이

2 차고객: 애기 엄마, 아빠

분석결과:

대부분 애기엄마, 아빠들은 첫 아이를 케어 할때 순조롭지 않고 힘들며 과학적인 양육방식에 관심있고 알고 싶어하며 인터넷 방식으로 정보를 획득하고 만약에 전문적인 애기 양육케어 앱이 있으면 모두 사용해보고 싶다는 결과가 나왔습니다.

구매에 영향을 미치는 사람들을 분석

□ **BABY CARE:** 0~6 세의 체계적이고 다양하고 전면적인 태교, 계몽교육 수업영상을 제공해줌.

□ **의가결정권자:**

최종사용자: 0~6 세의 아이

지지자: 애기 엄마

지지자: 애기 아빠

□ **분석내용:**

시장조사에 토대로 의하면 애기 엄마, 아빠들은 모두 인터넷을 통하여 애기 계몽교육에 관한 지식을 얻습니다.

Baidu 나 微信公众号、淘宝金冠妇幼商店、 微博大 v 에 앱에 대한 정보를 주어 홍보를 합니다.

이런 사이트는 영향력이 크고 대부분 중국사람들이 정보를 얻는 주요 사이트입니다.

후속시장 규모확대 조사

